

**ANALISIS PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN DAN
BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DETERJEN RINSO
ANTINODA DI SURABAYA**

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH :

YUDI MASNURI

No. Pokok : 049214130

**KEPADA
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2002

SKRIPSI
ANALISIS PENGARUH MOTIVASI PEMBELIAN DAN
BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN KONSUMEN DETERJEN RINSO
ANTINODA DI SURABAYA

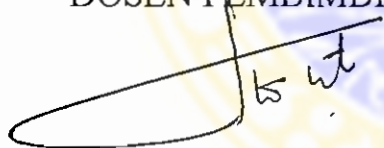
DIAJUKAN OLEH
YUDI MASNURI

No. POKOK : 049214130



TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Dwi Utami", written over a large, faint circular watermark of the Universitas Airlangga logo.

Dra.Ec.Hj DWI UTAMI S.,MS

TANGGAL...6..APRIL 2002

KETUA JURUSAN,

A handwritten signature in black ink, appearing to be "Amiruddin Umar", written over the same large, faint circular watermark of the Universitas Airlangga logo.

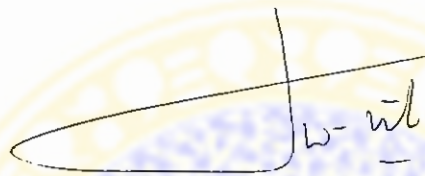
DR.H. AMIRUDDIN UMAR, SE.

TANGGAL...10..APRIL 2002

Surabaya,.....

Bimbingan Selesai dan Siap Diuji

DOSEN PEMBIMBING

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'W-ut', is written over a large, faint, circular official stamp of Universitas Airlangga. The stamp features a blue eagle emblem in the center and a yellow border with text in Indonesian.

Dra. Ec. Hj. DWI UTAMI S., MS

ABSTRAKSI

Semakin majunya zaman dan makin majunya tingkat perekonomian, membuat semakin sengitnya persaingan di segala bidang, termasuk juga persaingan di bidang ekonomi. Persaingan di bidang ekonomi ini meliputi sektor produk maupun sektor jasa, termasuk juga persaingan pada industri deterjen (sabun cuci). Saat ini di Indonesia telah bermunculan produk-produk deterjen baru yang meramaikan pasar. Hal ini membuat produsen deterjen harus benar-benar jeli dalam penerapan strategi pemasaran guna mencapai target penjualan yang telah ditetapkan perusahaan. Obyek yang diteliti dalam skripsi ini adalah deterjen Rinso Antinoda yang merupakan hasil inovasi baru dari produk-produk Rinso sebelumnya yang diproduksi oleh PT Unilever Indonesia.

Semakin majunya tingkat pendidikan masyarakat, membuat kesadaran mereka akan kebersihan dan kesehatan juga semakin tinggi. Hal inilah antara lain yang menjadi motivasi konsumen dalam membeli deterjen. Konsumen sadar bahwa dengan deterjen kebersihan pakaian mereka akan terjaga, juga kesehatan akan terpelihara. Semakin tingginya kesadaran inilah yang harus dibaca oleh produsen deterjen sebagai peluang yang terbuka bagi pasar mereka. Selain faktor konsumen, perusahaan juga harus menganalisa strategi yang diterapkan, antara lain dengan menganalisa bauran pemasaran. Bagaimana kualitas produk mereka, promosi yang dilakukan, penetapan harga serta sistem distribusi, semua itu dilakukan agar produk yang dipasarkan bisa diterima konsumen yang bertujuan untuk menciptakan konsumen yang loyal, sehingga tujuan sebagai pemegang pangsa pasar terbesar dapat tercapai.

Dari penelitian yang dilakukan penulis dengan melalui kuesioner, responden mengakui bahwa faktor kualitas Rinso Antinoda adalah yang paling dominan mempengaruhi keputusan pembelian mereka. Hal ini tidak terlepas dari persepsi yang sudah beredar di masyarakat bahwa Rinso adalah deterjen yang berkualitas, sehingga dari survey yang dilakukan berbagai majalah ekonomi Rinso selalu menjadi penguasa pangsa pasar.